

# Conocimiento y Fidelización de Clientes Aumento de Facturación y Rentabilidad



✉ [clientes@efidelity.es](mailto:clientes@efidelity.es)

☎ +34 91 123 42 57

f /Fulcriiberica/

📷 @Fulcri\_iberica



Powered by  
Fulcri

# Las ventajas para su Farmacia

## Sus clientes son el futuro de la Farmacia La importancia de conocer y fidelizar el cliente

### CONSOLIDA LA RELACIÓN

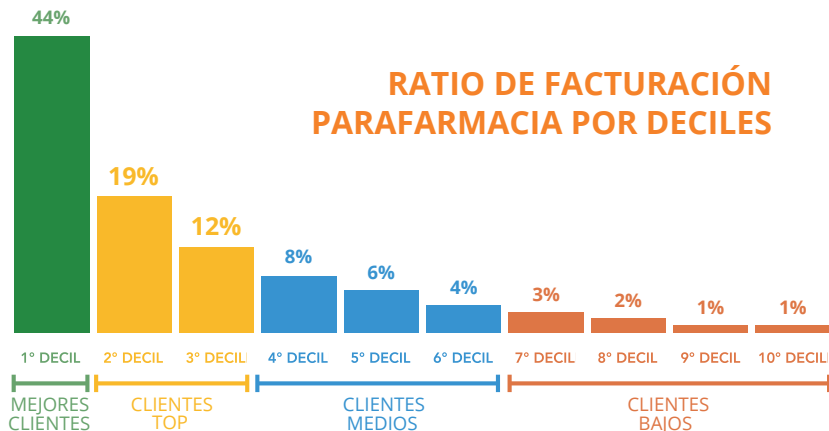
La motivación de la cercanía no constituye la única razón para volver a una Farmacia determinada. **Consolidar la relación con sus clientes y fidelizarlos fomenta el regreso a la Farmacia.**

Gracias a **un sistema de premios inteligente y flexible basado en sus necesidades**, puede obtener puntos en cada compra de parafarmacia y el cliente tiene derecho a cupones de descuento, servicios o premios especiales.

### CONOZCA A SUS CLIENTES

¿Quiénes son los mejores 10 clientes de su Farmacia?

**El 30% de los clientes genera el 75% de la facturación de parafarmacia** con un valor medio de los clientes “top” superior a los 1.000 € anuales. Gracias a un análisis constante de las compras y de su frecuencia con E-Fidelity **conocerás los clientes, sus características, sus deseos y podrás fidelizarlos con iniciativas de micro-marketing.**



Fuente: Observatorio E-Fidelity

## INICIATIVAS DE MARKETING

Hacer promociones estacionales u ofrecer descuentos generales a todos los clientes es a menudo una acción comercial, pero también supone **un coste muy importante en términos de falta de rentabilidad**. Gracias a las iniciativas de micro-marketing, podrá ofrecer **promociones personalizadas a sus clientes**, limitándolas sólo a aquellos potencialmente interesados en la oferta y propensos a la “reducción de precio”.



## HÁBITOS DE COMPRA

¿Quiénes son las **madres** que acuden a su Farmacia? ¿Puedes contactar a los **amantes del deporte** para proponer la nueva línea de suplementos? ¿Conoces las **mujeres** entre 30 y 60 años que han comprado **Somatoline** a lo largo del año pasado? Gracias al conocimiento de los hábitos de compra, tiene la oportunidad de **estimular las compras relacionadas y complementarias**.

# Herramientas de Marketing



## BUSINESS INTELLIGENCE

Un módulo para aplicar las **reglas de micro-marketing sugeridas directamente por E-Fidelity** basadas en la estacionalidad y el análisis de datos, o establecidas por su estrategia promocional.



## CUPÓN

Sistema de cupones para **desarrollar ventas** en línea con la política comercial de la Farmacia basada en el conocimiento de los hábitos de compra de sus clientes.



## INFORMES

**Estadísticas completas** para cada campaña, datos de fidelización y rentabilidad de campañas, así como de perfiles de clientes y avisos de información constante sobre elementos de mayor importancia.



## COMUNICACIÓN DE PROMOCIONES

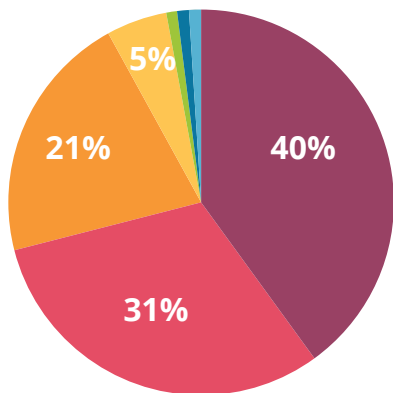
El conocimiento de sus clientes permite proponer la oferta más adecuada a sus necesidades de manera personalizada. **Comunicar las promociones a través de otros canales** no es siempre una tarea fácil. Con E-Fidelity puede... gracias a los SMS y Email, puede **enviar cupones a los titulares de tarjeta, segmentando las iniciativas y los grupos de clientes** para ofrecer descuentos y promociones personalizados.

# Dato Observatorio E-Fidelity

Un extracto del Observatorio E-Fidelity contemplando compras en farmacias con tarjeta y con los tipos de catálogos de premios utilizados.

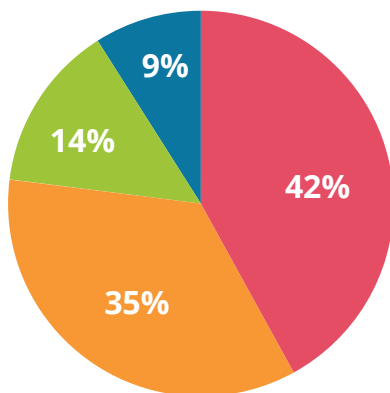


## COMPRA DE PARAFARMACIA CON TARJETA POR CATEGORÍA



- Alimentación y Dietética
- Productos Sanitarios
- Herboristería y Fitoterapia
- Galénica
- Higiene y Cosmética
- Homeopatía y Med. Natural
- Veterinaria

## TIPO DE CATÁLOGO DE PREMIOS



- Catálogo sólo Vales
- Catálogo Vales + Premios de Farmacia
- Catálogo con todos los tipos de premio
- Otros

Fuente: Observatorio E-Fidelity

# Características

## PROPIEDAD DE LOS DATOS

Todo el mundo E-Fidelity de su Farmacia le pertenece, **usted es el titular de la propiedad de los datos** de sus clientes.

## LLAVE EN MANO

**Nos ocupamos de la parte burocrática**, de la garantía bancaria, pasando por la redacción y presentación del reglamento, notificando a la autoridad correspondiente, los nombramientos de gestión de datos hasta los procedimientos para salvaguardar y preservar los documentos.

## CONSULTORÍA DE MARKETING

Un plan operativo con **iniciativas de marketing** estacionales, iniciativas dedicadas a eventos específicos y otras ideas para apoyar su estrategia comercial y de comunicación

## SISTEMA DE PREMIOS

Sea libre para **definir el sistema de premios**, las reglas de puntos y el catálogo de premios para sus clientes.

## ASISTENCIA

Siempre hay alguien preparado para brindarle el **apoyo necesario**.



## PHARMAFULCRI

Aplicación web para gestionar la **comunicación de su Farmacia** con carteles y Stopper personalizados para **los titulares** de la tarjeta. Dispone de acceso a PharmaDB, una base de datos con más de 150.000 imágenes en alta resolución facilitadas por los laboratorios

# Para sus Clientes

## E-Fidelity piensa también en su cliente que activa la tarjeta de fidelización.

El proyecto contempla la realización de una página web con un área reservada para cada titular de tarjeta, con las siguientes ventajas:

- ✓ Verificar el saldo de puntos
- ✓ Catálogo de premios para consultar online
- ✓ Reserva del premio seleccionado
- ✓ Verificación e impresión de cupones activos

Pensamos en los recursos **gráficos personalizados y coordinados** para su Farmacia para: área web, tarjeta, catálogo, cartel...



## Contacto

✉ [clientes@efidelity.es](mailto:clientes@efidelity.es)

☎ +34 91 123 42 57

🌐 [www.efidelity.es](http://www.efidelity.es)

## Síguenos

f /FulcriIberica/

📷 @fulcri\_iberica

in /Fulcri Ibérica/



 Powered by  
Fulcri

**E-FIDELITY**® 

La Tarjeta de Fidelización de Su Farmacia